

Purple Snack (Perencanaan Pendirian Usaha Keripik Terong)

¹Melita, ²Yulizar Kasih, ³Charisma Ayu Pramuditha
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP; Jl. Rajawali No.14 Palembang, Telp. +62(711)376400
Jurusan Ilmu Ekonomi Manajemen, STIE MDP, Palembang
e-mail: ¹meboomag@gmail.com, ²yulizar@stie-mdp.ac.id, ³charisma@stie-mdp.ac.id

Ringkasan Eksekutif

PURPLE SNACK adalah perencanaan pendirian usaha baru yang menawarkan inovasi dari makanan ringan berupa keripik. Penulis memilih usaha ini dikarenakan dengan melihat peluang usaha dan minat masyarakat terhadap produk makanan ringan dan juga dari hobi penulis. PURPLE SNACK menawarkan berbagai macam rasa yaitu asin, sapi panggang, pedas dan pedas manis. PURPLE SNACK mengambil segmentasi pada semua umur dari anak-anak sampai dengan orang dewasa dari kalangan menengah atas hingga menengah bawah. PURPLE SNACK di promosikan dengan berbagai cara mulai dari penjualan langsung sampai menggunakan media-media sosial yang ada. Serta memberikan berbagai keunggulan demi menarik minat konsumen. Dengan melihat analisis kelayakan usaha maka usaha PURPLE SNACK adalah usaha yang layak dijalankan. Untuk itu penulis mengharapkan dengan didirikan PURPLE SNACK dapat memberikan prospek yang baik untuk ke depan.

Kata Kunci : PURPLE SNACK, Inovasi Keripik

Executive Summary

Purple Snack is an establishment planning of new business that offers innovation through chips. The writer chose this business because there is a big opportunity for this kind of business and snacking is one of the writer hobbies. Purple Snack offers many kinds of flavours, which are: asin, sapi panggang, pedas and pedas manis. The target market of Purple Snack are children and adults from low to high class. Purple Snack is promoted through some ways, start from the direct selling, using the exist social media and offering qualities that can attract consumers' interest. By seeing the analysis of business qualification, Purple Snack is a business that worth to be established. Therefore, by establishing Purple Snack, the writers wish to get a good prospect for the future.

Keywords: Purple Snack, Chips Innovation

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Keripik Terong adalah keripik yang berbahan dasar terong dan tepung. Keripik berasal dari sejenis **makanan** ringan berupa irisan tipis dari **umbi-umbian**, buah-buahan, atau sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu.

Keripik memiliki berbagai rasa, terutama dominan dengan rasa asin dan pedas, dan biasanya juga terdapat dengan aroma bawang yang gurih. Pada zaman sekarang ini banyak terdapat macam varian keripik mulai dari keripik singkong, keripik pisang, keripik kentang dan lain-lain.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

“Membuat *Purple Snack* menjadi pilihan utama cemilan keripik yang berkualitas bagi masyarakat.”

b. Misi

1. Memberikan pilihan inovasi cemilan yang sehat
2. Memperkenalkan produk keripik terong kepada semua kalangan
3. Selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen

c. Tujuan

1. Memberikan inovasi rasa keripik yang berbeda dari biasanya, dimana pada umumnya keripik terbuat dari pisang, singkong, ubi
2. Memberikan konsumen pilihan cemilan yang sehat
3. Memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumen.

2. GAMBARAN USAHA

Keripik Terong rencananya akan diberi nama *Purple Snack*. Keripik Terong merupakan Terong yang dipotong dengan bentuk *oval* dan tipis yang diberi bumbu lalu dicelupkan ke adonan, digoreng lalu ditiriskan untuk menjadi sebuah Keripik Terong. Saat ini *Purple Snack* hanya memiliki 4 varian rasa yaitu asin, sapi panggang, pedas dan pedas manis (mungkin kedepannya akan ditambahkan lagi dengan varian rasa baru). Tempat penjualannya berada di rumah Penulis sendiri yaitu di Jl. Kolonel Atmo (Lrg. Kepandean) yang memiliki letak strategis karena dekat dengan Jln. Masjid lama dan berdekatan dengan pasar buah tumenggung, perkantoran seperti Bank UOB, dan BCA, sekolah dasar Xaverius 2, SMP Xaverius Maria, SMA Xaverius 3, SMp dan SMA Methodist 2 yang ramai dikunjungi dan mudah dijangkau oleh konsumen. Dan juga akan menerima pesanan secara *online*.

Produksinya akan di lakukan di rumah Penulis dengan mempersiapkan bahan-bahan untuk membuat keripik terong. Setelah itu (setelah pengerjaan), keripik terong akan di bungkus dan di kemas dengan rapi. Bagi yang ingin memesan langsung bisa menghubungi kontak yang ada. Bisa juga membeli langsung ke

rumah penulis atau diantar ke tempat. Serta memesan dalam jumlah banyak, akan free ongkir.

Purple Snack juga akan melakukan pemasaran kepada konsumen melalui mulut ke mulut, dan juga brosur serta via teknologi seperti *BBM Broadcast*, dan *Instagram* yang dapat membantu berjalannya proses pemasaran *Purple Snack*, yang bisa dijangkau semua orang untuk menerima pesan atau promosi tersebut. Sehingga dapat dijangkau oleh semua orang.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

3.1.1 Segmentation

a. Geografis

Pada segmentasi geografis, *Purple Snack* membuka usaha hanya di wilayah Palembang yang berlokasi di sekitar Jalan Atmo.

b. Demografis

Untuk segmentasi demografis *Purple Snack* menjual kepada semua kalangan masyarakat, dari kalangan menengah, menengah atas, dan menengah bawah (10-30 thn).

c. Psikografis

Segmentasi psikografis *Purple Snack* ditunjukkan kepada remaja dan orang dewasa yang menyukai cemilan dan penyuka pedas.

2.1.2 Targeting

Target pasar *Purple Snack* ditujukan kepada remaja dan orang dewasa yang membutuhkan cemilan pada saat di waktu santai yang berusia 10 – 30 tahun.

2.1.3 Positioning

Untuk hal positioning konsep *Purple Snack* menggunakan bahan dasar dari terong yang diinovasi menjadi kripik sebagai cemilan unik dan sehat.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Perkiraan Permintaan

a. Saat ini banyak terdapat berbagai aneka cemilan di kota Palembang, namun dengan keunggulan yang ditawarkan oleh *Purple Snack* ini diharapkan calon konsumen lebih tertarik untuk memesan atau membeli produk yang ditawarkan. Karena memiliki produk yang belum ada sebelumnya di Kota Palembang, dengan adanya keunikan atau keunggulan tersebut anak-anak hingga orang dewasa dapat menikmatinya dan dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Tabel 1. Jumlah Perkiraan Permintaan

Tahun	Jumlah Permintaan (gr)
2017	38.160.000
2018	41.976.000
2019	46.173.600

b. Perkiraan Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran pada *Purple Snack* maka penulis melakukan survei penawaran pada pesaing *Purple Snack*. Berikut ini adalah tabel jumlah perkiraan penawaran pesaing *Purple Snack* di Palembang.

Tabel 2. Penawaran Pesaing Terhadap Keripik Terong

Tahun	Perkiraan Penawaran (gr)
2017	1.046.334
2018	1.183.968
2019	1.302.365

Tabel 3. Perkiraan Penawaran Purple Snack di Kota Palembang

Produsen	Jumlah penawaran per hari	Jumlah penawaran per bulan	Jumlah penawaran per tahun
Aneka	2600	78000	949.000
Suseno	2400	72000	876.000
Q-tela	3600	108.000	1.314.000
Total	8600	258.000	3.139.000
Rata-Rata	2867	86.000	1.046.334

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Untuk mencari peluang pasar didapat dari hasil perhitungan permintaan potensial dikurangi dengan penawaran pesaing. Sedangkan untuk mencari pangsa pasar, penulis memperhitungkan berdasarkan hasil yang didapat dari permintaan dan penawaran pesaing

Tabel 4. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Tahun	Permintaan Potensial (gr)	Penawaran Pesaing (gr)	Peluang Pasar (gr)	Rencana Penjualan (gr)	Pangsa Pasar (%)
2017	38.160.000	1.046.334	37.113.666	1.080.000	2,9%

2018	41.976.000	1.183.968	40.792.032	1.188.000	2,91%
2019	46.173.600	1.302.365	44.871.235	1.306.000	2,91%

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 Product (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh PURPLE SNACK merupakan produk yang berbeda dari produk yang bisanya dan juga tentunya berbeda dari pesaing. Isi yang di tawarkan juga beragam sehingga konsumen dapat mencoba berbagai rasa dalam menikmati keripik terong. Keripik Terong di sajikan dengan berbagai rasa, di packing dengan kemasan plastik yang disertai clip penutup diatasnya. Untuk pembelian banyak akan dikenakan free ongkir .

1. Logo

Menurut Terence A. Shimp, logo yang baik adalah yang dikenal dengan baik, menyampaikan makna yang sama untuk semua anggota target, dan menimbulkan



perasaan positif. Dibawah ini

Gambar 1 Logo *Purple Snack*

2. Kemasan

Pengemasan membentuk peran utama dalam meningkatkan ekuitas merek dengan menciptakan atau memperkuat kepedulian terhadap merek dan membangun citra merek melalui penyampaian fungsional dan simbolis (Shimp 2014, h.85).



Gambar 2 Kemasan *Fruit Sticky Rice*1. *Price (Harga)*

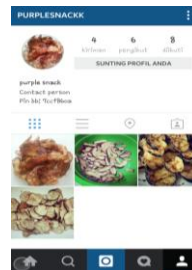
harga yang dilakukan oleh PURPLE SNACK lebih rendah dari produk pesaing lainnya, karena masih terhitung dalam produk baru. Sehingga penulis memberikan harga yang terjangkau bagi konsumennya.

Tabel 5. Harga Produk Purple Snack

Menu	Harga / bks
<i>Original</i>	Rp 14.000
<i>Spicy</i>	Rp15.000
<i>Barbeque</i>	Rp15.000

3.4.2 Promosi (*Promotion*)

Dalam melakukan promosi, terdapat beberapa media seperti periklanan, penjualan personal, serta hubungan masyarakat. Berikut ini beberapa media untuk melakukan promosi : BBM, Instagram dan Brosur.

Gambar 5 Instagram *Purple Snack*3.4.3 *Placement*

Lokasi bisnis ini akan ditempatkan di sebuah rumah di Jalan Kolonel Atmo Palembang. Lokasi ini berdekatan dengan beberapa Sekolah, Perkantoran dan Pasar yang ramai pengunjungnya. Sehingga merupakan peluang besar untuk meningkatkan penjualan *Purple Snack*.

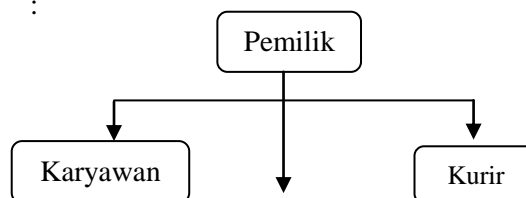
3.5 Analisis SWOT

Tabel 5 Analisis SWOT *Purple Snack*

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama Usaha :Purple Snack
 Nama Pemilik :Melita
 Alamat Tempat Usaha : Jln. Kolonel Atmo
 Bentuk BadanHukum : Perusahaan Perseorangan
 Struktur Organisasi :



Gambar 6 Struktur Organisasi *Purple Sncak*

4.2 Perijinan

Purple Snack termasuk perusahaan perorangan yang membutuhkan perizinan berupa Surat Ijin Tempat Usaha (SITU), pendaftaran hak merek dan mengurus bentuk badan usaha di PD (Perusahaan Dagang) ke Departemen Perdagangan.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 6 Kegiatan Pra-Operasional *Purple Snack* dan Jadwal Pelaksanaannya

<i>Strenght (Kekuatan)</i> – Belum ada pesaing produk sejenis – Menggunakan bahan berkualitas		<i>Weaknesses (Kelemahan)</i> – Merek yang belum terkenal – Produk yang tidak tahan lama	
<i>Opportunities (Peluang)</i> – Permintaan masyarakat Palembang akan makanan ringan		<i>Threats (Ancaman)</i> – Munculnya pesaing baru	
No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan

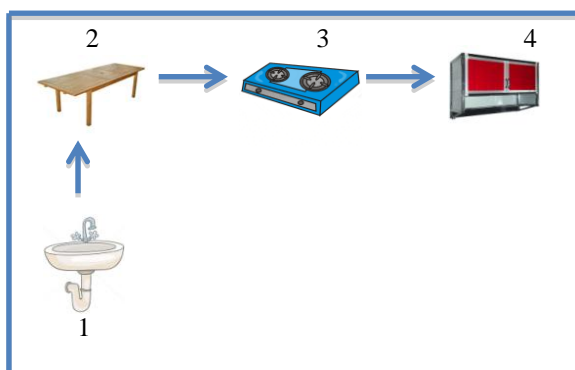
1	Survey Pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan survey lokasi • Melakukan survey target pasar. 	1
2	Menyusun Konsep	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang tata letak kegiatan usaha 	2
3	Mencari Suplier	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari distributor bahan baku 	1
4	Perijinan	<ul style="list-style-type: none"> • Bertemu dengan pihak perijinan RT/RW 	3
5	Penyediaan produk, peralatan dan perlengkapan	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi supplier bahan baku • Melakukan pembelian peralatan 	2
6	Menyusun barang	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyusunan peralatan, perlengkapan bahan baku 	1
7	Rekrutmen karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan mendatangi tempat lokasi operasional • Melakukan penjelasan bahan baku dan karyawan mempraktekkannya 	1
8	Uji Coba Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat sebuah contoh produk yang akan dipasarkan • Memberikan tester produk 	2
9	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi di jejaring media sosial. • Menyebarkan brosur 	3

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Lokasi dipilih di Jln. Kolonel Atmo Palembang, lokasi ini terletak di posisi strategis, sehingga dapat memudahkan dalam penjualan atau produksi barang

5.2 Rencana Tata Letak



Gambar 7 Denah Tata Letak *Purple Snack*

5.3 Proses Produksi / Gambaran Teknologi

Proses produksi adalah serangkaian tahapan-tahapan yang akan di lakukan oleh *Purple Snack* mulai dari tahapan produksi sampai kepada produk sampai ke tangan konsumen.

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Dalam menjalankan operasionalnya *Purple Snack* tentunya membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu proses produksi dan operasionalnya. Agar memiliki rasa yang nikmat, untuk itu *Purple Snack* mengutamakan kualitasnya.

5.5 Tenaga Produksi

Tenaga produksi atau tenaga kerja langsung tentunya merupakan peran penting yang harus dipersiapkan dalam usaha, oleh karena itu, *Purple Snack* membutuhkan tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya serta berpengalaman.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Purple Snack menyiapkan mesin dan peralatan kerja kurang lebih untuk 5 tahun ke depan dan juga memakai peralatan yang sudah ada sebelumnya. Peralatan yang dibutuhkan *Purple Snack* berupa kulkas, kompor gas, tabung gas, pisau, wadah adonan, wajan dan spatula.

5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

Lokasi usaha yang dipilih untuk dijadikan tempat usaha dan produksi *Purple Snack* adalah lokasi di rumah sendiri tepatnya di Jalan Kolonel Atmo. Lokasi tersebut cukup strategis untuk dijadikan sebagai lokasi usaha, karena berdekatan dengan toko-toko, sekolah, perkantoran, tempat ibadah, dan lain-lain. Selain itu *Purple Snack* tidak perlu mengeluarkan biaya sewa karena gedung tersebut adalah rumah sendiri.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Modal adalah dana awal yang digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva dan operasi suatu usaha. Untuk menjalankan usaha ini dibutuhkan modal awal dimana modal tersebut berasal dari tabungan sendiri sebesar Rp.32.559.500

6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi *Purple Snack* sebesar Rp. 27.843.000. Kebutuhan pengeluaran *Purple Snack* sebesar Rp. 1.119.500, Peralatan Kantor *Purple Snack* sebesar Rp 130.000, Biaya upah pekerja sebesar Rp. 2.500.000 dan biaya lain-lain sebesar Rp. 175.000.

6.3 Analisa Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam usaha *Purple Snack* pada masa yang akan datang. Untuk mengukur layak atau tidaknya usaha digunakan metode *payback period* (PP), *net present value* (NPV) dan *internal rate of return* (IRR).

6.3.1 Payback Period

Payback period merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut (Suliyanto 2010, h.196).

$$PP = \frac{\text{Tahun sebelum pengembalian penuh} + \text{biaya yang belum dikembalikan pada awal tahun}}{\text{Arus kas selama tahun berjalan}}$$

Jumlah Investasi	=	Rp. 32.559.500
Arus Kas Tahun 1	=	Rp. 22.255.500
PP Tahun 1	=	$\frac{\text{Rp. 32.559.500}}{\text{Rp 22.255.500}} \times 1 \text{ tahun}$
	=	17 bulan

Jadi, berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa *Payback Period Purple Snack* berkisar selama 17 bulan.

6.3.2 Net Present Value

Berikut perhitungan NPV menggunakan *discount rate* dengan BI rate sebesar 6.75% per bulannya (Bank Indonesia, 2016) :

$$NPV = \frac{\text{kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{kas bersih 2}}{(1+r)^2} + \frac{\text{kas bersih 3}}{(1+r)^3} - \text{In}$$

Keterangan :

r = tingkat bunga pengembalian

In = Investasi

$$\begin{aligned} NPV &= \frac{22.255.500}{(1+0.0675)} + \frac{33.154.935}{(1+0.0675)^2} + \frac{46.965.832}{(1+0.0675)^3} - 32.559.500 \\ &= 20.848.244 + 29.094.602 + 36.608.095 - 32.559.500 \\ &= 55.991.440 \end{aligned}$$

Hasil NPV sebesar Rp55.991.440 dan bernilai positif maka investasi *Purple Snack* layak atau dapat diterima.

6.3.3 Internal of Return

Berikut ini perhitungan IRR (*internal rate of return*) dari *discount factor* yang dapat dilihat pada tabel 7 :

Tabel 7 Hasil Perhitungan IRR dari *Discount Factor*

Bln	Kas Bersih	DF 74%	PV Kas Bersih	DF 75%	PV Kas Bersih
1	22.255.500	0.575	12.790.517	0.571	12.717.428
2	33.154.935	0.330	10.950.896	0.327	10.826.101
3	46.965.832	0.190	8.915.265	0.187	8.763.303
Total PV			32.656.679		32.306.834
Investasi			32.559.500		(32.559.500)
NPV		1	218.932	2	(252.666)

$$\begin{aligned}
 \text{IRR} &= i_1 + \frac{\text{NPV } 1}{\text{NPV } 1 - \text{NPV } 2} \times (i_2 - i_1) \\
 &= 74\% + \frac{91.179}{91.179 - (-252.666)} \times (75\% - 74\%) \\
 &= 74,27\%
 \end{aligned}$$

Internal rate of return (IRR) pada usaha *Purple Snack* sebesar 74,27%. Maka, usulan ini dapat diterima karena lebih besar dibandingkan BI Rate sebesar 6.75% dan bunga investasi lain.

6.4 Analisa Keuntungan

Break Even Point (BEP) digunakan untuk menganalisis proyeksi seberapa banyak jumlah unit yang diproduksi atau seberapa besar uang yang harus diterima untuk mendapatkan titik impas atau kembalinya modal. Berikut ini perhitungan BEP:

TAHUN 2017

BEP *Purple Snack* dalam unit :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 33.660.000}{\text{Rp } 14.750 - \text{Rp } 4248} \\
 &= 3205 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

BEP *Purple Snack* dalam rupiah :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel per satuan} / \text{harga jual per satuan})} \\
 &= \frac{\text{Rp } 33.660.000}{1 - (\text{Rp } 4248 / \text{Rp } 5.400)} \\
 &= \text{Rp } 42.275.281
 \end{aligned}$$

Jadi, untuk mencapai titik BEP *Purple Snack* Tahun 2017 harus menjual sebanyak 3205. unit produk atau sama dengan penjualan mencapai Rp.42.275.281

TAHUN 2018BEP *Purple Snack* dalam unit :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 37.026.000}{\text{Rp } 16.225 - \text{Rp } 4248} \\
 &= 3091 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

BEP *Purple Snack* dalam rupiah :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel per satuan} / \text{harga jual per satuan})} \\
 &= \frac{\text{Rp } 37.026.000}{1 - (\text{Rp } 4248 / \text{Rp } 16225)} \\
 &= \text{Rp } 50.158.374
 \end{aligned}$$

Jadi, untuk mencapai titik BEP *Purple Snack* Tahun 2018 harus menjual sebanyak 3091. unit produk atau sama dengan penjualan mencapai Rp.50.158.374

TAHUN 2019BEP *Purple Snack* dalam unit :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 40.278.600}{\text{Rp } 17.847 - 4248} \\
 &= 2995 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

BEP *Purple Snack* dalam rupiah :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - (\text{Biaya variabel per satuan} / \text{harga jual per satuan})} \\
 &= \frac{\text{Rp } 40.278.600}{1 - (\text{Rp } 4248 / \text{Rp } 17.847)} \\
 &= \text{Rp } 53.450.766
 \end{aligned}$$

Jadi, untuk mencapai titik BEP *Purple Snack* Tahun 2019 harus menjual sebanyak 2995. unit produk atau sama dengan penjualan mencapai Rp.53.450.766

6.5 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang berisi kondisi keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, serta laporan-laporan lainnya. Berikut ini laporan laba rugi, laporan perubahan modal dan laporan neraca :

Tabel 8 Laporan Laba Rugi *Purple Snack*

Keterangan	2017	2018	2019
Pendapatan Usaha	79,650,000	96,376,500	116,615,565
HPP	22,938,000	25,231,800	27,754,980
Laba Kotor operasi	102,588,000	121,608,300	144,370,545
Biaya Gaji	30,000,000	33,000,000	36,300,000
Biaya Bahan Baku	22,938,000	25,231,800	27,754,980
Depresiasi	5,568,600	5,568,600	5,568,600
Biaya Lain-Lain	2,100,000	2,310,000	2,541,000

Biaya Perlengkapan	1,560,000	1,716,000	1,887,600
Total beban	62,166,600	67,826,400	74,052,180
Laba kotor	40,421,400	53,781,900	70,318,365
Penyusutan	5,568,600	5,568,600	5,568,600
E.B.T	34,852,800	48,213,300	64,749,765
Pajak	796,500	963,765	1,166,156
E.A.T 1 tahun	34,056,300	47,249,535	63,583,609

Tabel 10 Laporan Neraca *Purple Snack*

Keterangan	2017	2018	2019
Aktiva Lancar			
Kas	39,624,900	52,818,135	69,152,209
Hpp	22,938,000	25,231,800	27,754,980
Total Aktiva Lancar	62,562,900	78,049,935	96,907,189
Aktiva Tetap			
Peralatan	1,560,000	1,560,000	1,560,000
Akumulasi penyusutan	5,568,600	5,568,600	5,568,600
Total Aktiva Tetap	(4,008,600)	(4,008,600)	(4,008,600)
Total Aktiva	58,554,300	74,041,335	92,898,589
Ekuitas			
Modal	24,498,000	26,791,800	29,314,980
Cadangan Laba	34,056,300	47,249,535	63,583,609
Total Ekuitas	58,554,300	74,041,335	92,898,589
Total pasivva	58,554,300	74,041,335	92,898,589

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2015, *Isi Kandungan Gizi Ketan Putih*, Diakses 26 febuari 2016, dari <http://www.organisasi.org>
- Anonim 2015, *segmentation targeting positioning*, Diakses 27 febuari 2016, dari <https://faizfzz.wordpress.com>
- Anonim 2013, *Wisata Kuliner*, Diakses 9 April 2016, dari <https://warasfarm.wordpress.com>
- Anonim 2015, *Pengguna Internet Indonesia*, Diakses 10 April 2016, dari <http://tekno.liputan6.com>
- Anonim 2015, *Data BI Rate*, Diakses 23 Mei 2016, dari www.bi.go.id
- Anonim 2013, *Arti Warna dan Psikologis*, Diakses 13 April 2016, dari <http://desainlogodesign.com>
- Anonim 2013, *Perizinan PIRT*, Diakses 12 Mei 2016, dari www.saran2.com
- Hasibuan Malayu 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia* Edisi Revisi, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009, *Strategi Pemasaran* Jilid I, Erlangga, Jakarta
-

Pearce, John.A dan Richard B.Robinson, *Manajemen Strategis* Edisi 12 Buku I, Salemba, Jakarta.

Sedarmayanti 2014, *Manajemen Strategi*, Erlangga, Bandung.

Tjiptono dan Chandra 2012, *Pengertian Segmentasi Pasar*, Faizz.Wordpress.com

Suliyanto 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta.

S. Munawir 2010, *Analisa Laporan Keuangan* Edisi Empat, Liberty, Yogyakarta.
